

УДК 339.13

**Табас Христина**

**Tabas Khrystyna**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

**ДО ПИТАННЯ КЛАСИФІКАЦІЇ РЕКЛАМНИХ ЗВЕРНЕНЬ  
TO THE CLASSIFICATION OF ADVERTISING APPLICATIONS**

Множинність завдань реклами породжує і значна розмаїтість її видів, засобів поширення, варіантів її створення й інших елементів, з яких реклама складається як система. Відповідно виникають підстави і для умовної класифікації реклами. Реклама класифікується:

- за об’єктом – реклама для покупців споживчих товарів, реклама для професіоналів (покупців товарів виробничо-технічного призначення), змішана реклама;
- за типом замовника – реклама фірм-виробників, реклама гуртових фірм, реклама роздрібної торгівлі;
- за предметом – реклама власне товару, реклама визначеної торгової марки (товарної етикетки), реклама фірми-виробника, реклама торгового підприємства;
- за тимчасовими параметрами (параметрам життєвого циклу) – реклама, що підготовлює, реклама нового товару, реклама “зрілого” товару;
- за широтою товарного охоплення – первинна реклама і селективна реклама;
- за основними засобами поширення – друкована, кінореклама, телевізійна, радіореклама, відеореклама, реклама на транспорті, реклама на місці продажу;
- за джерелом фінансування витрат – реклама, оплачувана виробником товару, продавцем чи спільно виробником і продавцем.

У рекламі існують десятки, якщо не сотні способів передачі повідомлення – від рекламних оголошень і плакатів до брелоків, етикеток і самоклеючої стрічки. Тому спроби однозначно класифікувати їх наштотуються на серйозні труднощі, оскільки той самий спосіб може належати різним каналам чи засобам. Тому ми не будемо розглядати докладну класифікацію, а розглянемо деякі найбільш розповсюджені способи передачі рекламного повідомлення, а саме:

1. Пряма реклама: поштова («директ мейл»); рекламні матеріали, що вручаються особисто, інформаційні листи, листівки тощо.

2. Реклама в пресі: газетна; журнальна загального призначення; спеціальна (галузева) журнальна; реклама на фірмових бюлетенях (журналах); реклама у довідниках, телефонних книгах тощо.

3. Друкована реклама: проспекти, каталоги, буклети, плакати, листівки, календарі й інші види друкованої продукції.

4. Екранна реклама: кіно, телебачення, слайд-проекція, поліекран.

5. Зовнішня реклама: великогабаритні плакати; мультівізійна реклама; електрифікована реклама (чи газосвітна) панно з нерухомими написами чи бігучою стрічкою; просторові конструкції для розміщення плакатів малого (звичайного) розміру в декількох площинах; вітрини з товарами.

6. Реклама на транспорті: написи на зовнішніх поверхнях транспортних засобів; друковані оголошення, розташовувані в салонах транспортних засобів; вітрини з товарами, на вокзалах, в аеропортах і в інших приміщеннях (на терміналах, станціях тощо).

7. Реклама на місці продажу: вітрини магазинів (зовнішні і внутрішні); вивіски, знаки, планшети в торговому залі; упакування.

8. Малі форми реклами: авторучки, папки, календарі тощо.